

C12331D

# Check Up

N° 2 27. FEBRUAR 2021

## Back. **Business**

DAS ENTSCHIEDER-MAGAZIN  
FÜR DIE BACKBRANCHE



VON AROMEN BIS  
ZUBROTARTIKEL

PRODUKTNEUHEITEN  
AUF EINEN BLICK



STRATEGIEN GEGEN  
DIE CO<sub>2</sub>-(S)TEUER

DAS TO-GO GESCHÄFT MIT  
WARMEN SNACKS PUSHEN

UMWELTFREUNDLICH  
VERPACKEN

# Liebe Leserinnen und Leser,

**H**aben Sie auch das Gefühl, dass die Zeit rennt? Vor einem Jahr erreichte die Corona-Pandemie Deutschland, es folgte der erste Lockdown und eine kurze Schockstarre machte sich im ganzen Land breit. Und heute? Die Bäckereien haben ihre Produktion schnell auf die veränderten Gegebenheiten umgestellt und die Maske ist mittlerweile zum Standardaccessoire geworden. Dennoch, der andauernde Lockdown der Gastronomie zermürbt viele Betriebe wegen fehlender Umsätze – je nach Standort sind es 70 Prozent weniger. Es gibt aber auch Ausnahmen: Entgegen dem Trend hat Bäckerei Wittig in dieser angespannten Situation das To-go-Angebot von warmen Speisen ausgeweitet: Burger, Pizza, Pasta – alles frisch hergestellt. Ein Konzept das aufgeht, besser sogar als gedacht ... Lesen Sie ab Seite 38, wie der Görliitzer Familienbetrieb mit neun Filialen sich erfolgreich in der Pandemie neu und größer aufstellen konnte.



Mit noch einem weiteren Extra-Produkt könnten Bäckereien die derzeitigen Gastronomie-Einschränkungen abfedern: Mit kreativen Eisspezialitäten könnten sie sehr gut punkten, meint Matthias Frész, Fachlehrer bei der Akademie Weinheim. Inspirationen zum Schlemmen ab Seite 50.

Weil aufgrund der gesundheitlichen Schutzmaßnahmen immer noch keine Messen stattfinden, präsentieren wir anlässlich der virtuellen Internorga innovative Produkte von Aromen über Produktionsmaschinen bis Zubrot-Artikel (Neuheiten-Spezial ab Seite 18) sowie gesondert ein Getränke-Extra (Seite 54) und zeigen, was es Neues auf dem Markt für Mehrwegverpackungen (Seite 60) gibt.

Fällt Ihnen beim Lesen des Editorials etwas auf? Alles wird derzeit von Corona bestimmt. Es scheint so, als rücke alles andere in den Hintergrund. So wie zum Beispiel die seit Januar geltende CO<sub>2</sub>-Steuer, die Zusatzkosten von mehreren tausend Euro pro Jahr mit jährlich eingebauter Steigerung verursacht. Deshalb haben wir mit Energieberaterinnen und -beratern besprochen, welche Maßnahmen sich schnell zur Kostendämmung umsetzen lassen (ab Seite 12).

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen!

Paola Rentsch,

Chefin vom Dienst

# Check Up

## Back.Business

Telefon (040) 30 68 52 - 0  
Fax (040) 30 68 52 - 10  
e-mail: info@back.business



**38**

**Warme Snacks:** Den Lockdown nutzen einige Bäckereien gezielt, um ihr Gastro-to-go-Geschäft mit selbst gemachten Burgern, Pizzen & Co. zu pushen. Gesunde und ausgefallenen Zutaten sprechen vor allem die jüngere Zielgruppe an. Eine Rechnung, die aufgeht.



**12**

**Strategien gegen die Co<sub>2</sub>-(S)teuer:** Bereits im ersten Jahr drohen tausende Euro Mehrkosten, die sich von Jahr zu Jahr weiter steigern. Energieexperten geben einen Überblick, was schnell dagegen getan werden kann.



**50**

**Die Lust auf Eis:** Innovative Kreationen treiben den Absatz voran. Bäckereien sollten diesen Trend aufgreifen und ihre Kompetenz für Brot auf die Speiseeis- und Waffelherstellung übertragen, meint Matthias Frész von der Bundesakademie Weinheim.

## INHALT

### UNTER DIE LUPE GENOMMEN

Strategien gegen die CO<sub>2</sub>-(S)teuer 12

### PRODUKTE

Spezial: Neuheiten von Aromen über Maschinen bis Zubrot-Artikel 18

### WARME SNACKS

Gute Chancen für Hausgemachtes 38  
 Snack-Ideen: 4 schnelle Gerichte mit Brot 48  
 5 Mega-Trends für Snack & Co. 49

### EIS

Von Bubble-Waffel bis  
 Macaron mit Eiscreme 50

### GETRÄNKE

Der Hype mit dem gewissen Extra 54

### VERPACKUNGEN

Freundlich zur Umwelt  
 kann so einfach sein! 60  
 Seegras-Folie für längere Haltbarkeit 63

### RUBRIKEN

Editorial 2  
 News/Branchenkurzmeldungen 4  
 Internationale Kurzmeldungen 64  
 Personalien und Termine 68  
 Handelsregister 69  
 Wie kriegen Sie's gebacken? 70  
 Diesmal: Frank Breuer, Senior Activation  
 Manager Ingredients, CSM Bakery Solutions  
 Vorschau 20/2021; Impressum/Fotohinweis 71

**Nachhaltig und sicher:  
 Weniger Pestizide in Ihren Rohstoffen!**

 Integriertes  
 Pestizid  
 Monitoring





**Ihr Rohstoffmakler aus der Hansestadt Hamburg**  
 Osterbrooksweg 69 | 22869 Schenefeld  
 Tel.: +49 40 84 00 46 57  
 www.specialtybrokers.de/ipm



Nichts außer Kakao: Weil alles für das neue Schokoquadrat aus der Kakaofrucht stammt und kein Zucker hinzugefügt ist, darf die Tafel nicht Schokolade genannt werden.

## Schokolade ohne Zucker verboten

Die deutsche Schokoladenverordnung schreibt als Zutat Zucker vor. Der aber wird beim neuen Produkt Cacao y Nada von **Ritter Sport** durch Kakaosaft ersetzt. Die Folge: Der Hersteller darf das Produkt in Deutschland nicht als Schokolade bezeichnen. Der lebensmittelrechtliche Hintergrund: Laut der deutschen Verordnung über Kakao- und Schokoladenerzeugnisse aus dem Jahr 2003, eine Art gesetzliches Rezeptbuch, besteht eine Schokolade aus Kakaomasse, Kakaopulver, Kakaobutter und zwingend auch aus Zucker. Bei Verstößen riskieren Hersteller Geldstrafen und im Extremfall einen behördlich verordneten Verkaufsstopp. Ritter Sport beklagt, das deutsche Lebensmittelrecht sei in diesem Punkt nicht mehr zeitgemäß.

Dass eine Schokolade, die zu 100 Prozent aus Kakao bestehe, ohne den Zusatz von Zucker hierzulande nicht als solche bezeichnet werden dürfe, sei „absurd“, sagt Firmenchef Andreas Ronken laut dpa. „Wenn Wurst aus Erbsen sein darf, braucht Schokolade auch keinen Zucker. Aufwachen!“ Zwar ist der Saft der Kakaofrucht in der EU als Lebensmittel zugelassen. Allerdings beinhaltet das von Ritter Sport auf der Plantage gewonnene Süßungsprodukt nach Unternehmensangaben nicht den erforderlichen Zuckergehalt, der zu einer lebensmittelrechtlichen Anerkennung als Zuckerart nötig wäre. Eine Schokolade besteht aber laut Verordnung zwingend aus „Kakaoerzeugnissen und Zuckerarten“. Auf den deutschen Markt hat das Unternehmen sein neues Produkt dennoch in limitierter Auflage am 1. Februar gebracht – nur

eben nicht als „Schokolade“. Allerdings ist das für Ritter Sport auch nicht zwingend nötig, denn aufgrund der einzigartigen quadratischen Form, gehen die Konsument\*innen sowieso davon aus, dass das Produkt nach Schokolade schmeckt. PR

## Weizenpreise werden künstlich verteuert

An der europäischen Warenerterminbörse **Euronext** bewegen sich die Notierungen für Weizen seit Wochen zwischen 225 und 235 Euro pro Tonne und damit auf Jahreshöchststand. Seit September 2020 befinden sich die Getreidepreise im Höhenflug und stiegen bis Ende des Jahres um rund 50 Euro pro Tonne an. Im Januar legten die Weizenkurse abermals um 20 Euro pro Tonne zu. „Obwohl der Januar dafür bekannt ist, dass sich der Weizenmarkt noch im Winterschlaf befindet“, sagt der **Präsident des Bayerischen Müllerbundes, Rudolf Sagberger**. „Ein Ende dieser Preisrallye ist bisher noch ungewiss“, so Sagberger weiter. Der Getreidepreis wiederum hat unmittelbaren Einfluss auf den Mehlpreis, da dieser bis zu 70 Prozent der Kalkulationsgrundlage ausmacht.

Scheinbar werden die Preise von den Brokern künstlich in die Höhe getrieben. Denn die weltweiten Produktions- und Verbrauchsdaten spiegeln nach den letzten Ernten einen Bestandsaufbau für Weizen wieder, sodass eigentlich die Getreidepreise moderat sein müssten. Aber die Weizenkurse brauchen keinen großen physischen Handel mit Nachfrage und schwachem Angebot – hier reiche der Wertpapierhandel an den internationalen Terminmärkten in Paris und in Übersee völlig aus, um die Kurse in die Höhe steigen zu lassen. Ein coronabedingter Währungsrücksetzer könnte also den Kursen weiterhin Potenzial verleihen. Obwohl Sagberger davon überzeugt ist, dass gute Lebensmittel einen fairen Preis haben müssen, dürfe es auf keinen Fall sein, dass durch die Pandemie oder durch Spekulanten, die den schnellen Dollar machen wollen, ein Grundnahrungsmittel wie Weizen künstlich verteuert werde, was letztlich zu Hungersnöten in Entwicklungsländern führen würde. „Die Politik sollte bei großen Preissprüngen an den Getreide- und Rohstoffmärkten ein wachsames Auge auf die Hintergründe haben“, mahnt Sagberger. PR

## Ingredients online auf der Fi Global Connect

Die Online-Veranstaltungsreihe **Fi Global Connect** bringt internationale Fachleute der Ingredientsbranche virtuell zusammen. Gestartet wird mit „Regions in the Spotlight“ (12. bis 23. April): Unternehmen aus aller Welt stellen ihre Inhaltsstoffe, Technologien und Dienstleistungen vor, ferner gibt es eine umfangreiche Agenda aus Live- und On-Demand-Sessions, die einen Einblick in die regionalen Märkte, ihre spezifischen Trends sowie regulatorische Besonderheiten bieten. Als Hauptpartner der Reihe bringt das **Markforschungsunternehmen FMCG Gurus** seine Expertise zu den verschiedenen Märkten mit ein. Darüber hinaus sind Beiträge von Unternehmen und Organisationen wie der Rabobank, EAS Strategies und The Good Food Institute India geplant. [PR](#)

## Bosselmann verkauft an Heide-Bäckerei Meyer

Die **Heide-Bäckerei Meyer** aus Wahrenholz/Niedersachsen (81 Filialen, rund 800 Beschäftigte) übernimmt zum 31. Dezember 2021 die **Landbäckerei Bosselmann** aus Langenhagen bei Hannover (21 Filialen, vorwiegend in der Innenstadtlage im Großraum Hannover, rund 200 Beschäftigte). Die Übernahme sein im Rahmen der Nachfolgeregelung. Denn Dr. Gerhard Bosselmann gibt die Geschäfte aufgrund seines Alter (65 Jahre) auf und möchte durch den Verkauf Arbeitsplätze langfristig sichern. Denn seine Tochter **Caroline Bosselmann, Geschäftsführerin** der **Bosselmann.food.consult**, engagierte sich zwar in dem väterlichen Bäckereibetrieb, doch das Unternehmen ihres Vaters möchte sie nicht übernehmen. Sie hat eigene Pläne: Die Weiterentwicklung und Expansion ihres Co-Working-Cafés **BoBo** in Hannover. Dr. Gerhard Bosselmann regte vergangenes Jahr mit einem Facebook-Video medial für Aufsehen: Weil wegen des Lockdowns die Verkäufe rapide sanken, flehte der Unternehmer verzweifelt und mit Tränen kämpfend die Kundinnen und Kunden an, ihr Brot in der Bäckerei zu kaufen. [PR](#)

## Aufbackbrötchen: Coppenrath top, Harry Flop

Die **Stiftung Warentest** hat 23 Weizenbrötchen geprüft, darunter tiefgekühlte und ungekühlte Brötchen. 13 Aufbackbrötchen im Test sind gut, drei nur ausreichend. Am besten schnitten die Brötchen von **Coppenrath & Wiese** ab, durchgefallen sind die Produkte von **Harry-Brot**. In der Verkostung konnten vier Produkte besonders überzeugen. Die Testsieger schneiden sensorisch sehr gut ab – darunter sowohl ungekühlte als auch tiefgekühlte Aufbackbrötchen. Auf Platz Eins mit der Note ‚sehr gut‘ (1,5): die tiefgekühlten Aufbackbrötchen ‚Unsere Goldstücke‘ von Coppenrath & Wiese. Die Begründung der Tester: Auch nach vier Stunden war die Kruste noch knusprig, außerdem fanden sich keine Zusatzstoffe. Preis pro Packung: 1,49 Euro. Fast genauso gut (Note 1,6), aber deutlich günstiger sind ‚9 ofenfrische Bäckerbrötchen‘ von **Lidl/Grafschafter**. Sie punkteten mit dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis und gutem Geschmack. Preis pro Packung: 0,85 Euro. Dieselbe Note erhielt das Produkt ‚9 Brötchen‘ von **Rewe**. Zwar waren die Semmeln nach dem Backen knusprig, weil aber die Natriumangabe nicht stimmte, verpassten die Brötchen das Top-Qualitätsurteil. Preis pro Packung: 0,99 Euro.

Bei den ungekühlten Aufbackbrötchen schnitten ‚Unsere Besten‘ von **Sinnack** am besten ab mit der Note ‚gut‘ (2,0), da sie auch nach vier Stunden noch knusprig waren. Preis pro Packung: 0,79 Euro. Die Bio-Kaiserbrötchen von **Herzberger** gehören zu einem der wenigen Produkte, in denen keine Zusatzstoffe enthalten sind. Deshalb wurden sie mit ‚gut‘ (2,5) bewertet. Allerdings bemängelten die Tester den Geschmack. Preis pro Packung: 1,59 Euro. Dieselbe Note bekamen die ‚Baguette-Brötchen‘ von Lidl/Grafschafter. Sie überzeugten mit einem guten Geschmack, konnten bei der Knusprigkeit aber nicht punkten. Preis pro Packung: 0,35 Euro. Ein Produkt ist im Vergleich zu den anderen Brötchen im Test deutlich mit einem Schimmelpilzgift belastet: die ‚Farmerkrustis‘ von **Aldi Süd**. Akut gesundheitsgefährdend ist der Fund jedoch nicht. Der Grenzwert wird nicht überschritten. Die Tester bewerteten die Brötchen dennoch mit der Note „Ausreichend“.

Auf dem letzten Platz landeten die ‚Meister Krüstchen‘ von Harry-Brot. Sie fielen mit der Note

„mangelhaft“ durch, da der Geschmack der Brötchen die Tester an alte Semmelbrösel erinnerte. Zudem war die Kruste trocken und blätterte ab. Preis pro Packung: 1,59 Euro. [PR](#)

## Mestemacher: 2020 mit Redkord-Umsatz

Mit einem Netto-Umsatz von 147,4 Millionen Euro kann die **Mestemacher Gruppe** gegenüber dem Vorjahr um stolze 16,7 Prozent zulegen. Ein großer Teil des Sprungs wird der Corona-Pandemie zuzuschreiben sein, da die Konsumentinnen und Konsumenten verstärkt abgepacktes Schnittbrot gekauft haben. [PR](#)

## Zacharias-Preis 2021: jetzt bewerben

Noch bis zum 31. Mai können Handwerksbäcker und Konditoren die Chance nutzen und am Zacharias-Preis 2021, einer der renommiertesten Branchenauszeichnungen teilnehmen. Mit ihm werden jedes Jahr Backbetriebe geehrt, die sich mit kreativen, zukunftsweisenden Vermarktungs- und PR-Konzepten in besonderer Weise um das Image handwerklich hergestellter Backwaren verdient gemacht haben. „Eine kreative und öffentlichkeitswirksame Kundenansprache wird auch in Zukunft immer bedeutender für alle Handwerksbäcker und Konditoren, um sich vom Wettbewerb und Lebensmittel Einzelhandel abzusetzen“, so **Frank Breuer, Vorsitzender der Zacharias-Jury** und **Senior Activation Manager Ingredients DACH** bei **CSM Bakery Solutions**.

Die drei besten Backbetriebe, Konditoreien, Innungen oder Verbände werden im Herbst mit der Bronze-Statue ‚Zacharias-Preis 2021‘ und einer entsprechenden Urkunde ausgezeichnet. Der Preis bedeutet eine motivierende Ehrung für das Unternehmen und sein Team. Die mediale Präsenz sorgt darüber hinaus für öffentliche Wahrnehmung und Imagegewinn bei den Siegern. Grundlage jeder Bewerbung ist der Bewerbungsbogen, der unter [www.zacharias-preis.de](http://www.zacharias-preis.de) zum Herunterladen bereitsteht. Zusätzlich sollten die Bewerber\*innen in einer Bewerbungsmappe zeigen, mit welchen neuen, herausragenden Aktivitäten sie sich in der



### Marketing der Bäcker:

Noch bis zum 31. Mai können Handwerksbäcker und Konditoren ihre Bewerbungen für den Zacharias-Preis 2021 einreichen.

## DER ZACHARIAS

Saison 2020/21 für handwerkliche Backwaren engagiert haben und welche Erfolge sie verbuchen konnten. Die Bewerbungsmappe darf gern digitalisiert auf einem Datenträger eingereicht werden. Die Bewertung der Einsendungen erfolgt durch eine Fachjury. Die Bewerbungsunterlagen sind einzusenden an [info@zacharias-preis.de](mailto:info@zacharias-preis.de), Einsendeschluss ist der 31. Mai 2021. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Umfassende Informationen gibt es bei den fachlichen Hotlines Feinback: 0800/418418-1 und Brot/Brötchen: 0800/418418-0 oder per E-Mail unter [info@zacharias-preis.de](mailto:info@zacharias-preis.de). [PR](#)

## Bäckereien erhalten Landesehrenpreis

Neun Pfälzer Bäckereien wurden mit dem Landesehrenpreis Rheinland-Pfalz ausgezeichnet. Die Auszeichnung wird an handwerklich arbeitende Bäckereien verliehen, die ihre Backwaren selbst herstellen und eine hohe Qualität anbieten. Außerdem zeichnen sich die prämierten Bäckereien durch Regionalität und den Einsatz sowie die Ausbildung von Fachkräften aus. Die Traditionsbäckereien in den ländlichen Regionen der Pfalz sind echte Handwerksbetriebe, die in harter Konkurrenz zur industriellen Produktion stehen. „Der Landesehrenpreis soll die Wertschätzung für diesen Handwerksberuf ausdrücken und kleine und mittelständische Bäckereien fördern. Gerade in Zeiten der Corona-Pandemie ist es umso wichtiger, diese Betriebe zu unterstützen. Jeder von uns kann dazu beitragen, indem er bei seinem örtlichen Bäcker einkauft und somit dem lokalen Handwerk hilft“,

sagt **Dr. Till Mischler, Hauptgeschäftsführer der Handwerkskammer der Pfalz**. Folgende Bäckereien wurden geehrt: Bäckerei & Konditorei Felix Schäfer in Altenglan-Mühlbach, De'Bäcker Becker, Edenkoben, Landbäckerei Scheurich, Essingen, Bäckerei Sebastian Paul, Steinfeld, Bäckerei Konditorei Jülly, Lambsheim, Bäckerei Konditorei Raab, Heßheim, Bäckerei Klaus Liebenstein GmbH, Neustadt, Bäckerei Sippel, Bad Dürkheim, Bäckerei Wolfgang Schmidt, Dreisen. [PR](#)

## Einzelhandel 2020: real 3,9 Prozent mehr Umsatz

Zwar hat der Einzelhandel im Dezember 2020 real 9,6 Prozent weniger umgesetzt als im November, aber aufs Jahr gerechnet dürfte der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr laut **Statistischem Bundesamt** um 3,9 Prozent gestiegen sein, wobei die Schwankungen nach Branchen erheblich sind. Der Einzelhandel mit Lebensmitteln, Getränken und Tabakwaren setzte im Dezember 2020 real 6,3 Prozent mehr um als im Dezember 2019. Dabei lag der Umsatz der Supermärkte, SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte real 7,1 Prozent über dem des Vorjahresmonats. Der Facheinzelhandel mit Lebensmitteln, wie zum Beispiel der Facheinzelhandel mit Obst und Gemüse, Fleisch, Backwaren oder Getränken, setzte im entsprechenden Vergleich real 0,5 Prozent mehr um. Von den Schließungen stark profitiert hat der Internet- und Versandhandel mit real plus 31,0 Prozent. [PR](#)

## Ladenbau: Sinkende Investitionsbereitschaft

Geschäftsschließungen und rückläufige Umsätze in Folge der Corona-Pandemie haben in der Ladenbaubranche Spuren hinterlassen. Denn wer ums Überleben kämpft, hat andere Probleme als über Neuinvestitionen in die Ladenausstattung nachzudenken. Fest eingeplante Umbauprojekte werden derzeit oft auf später verschoben, um abzuwarten, wie sich die Pandemie und somit die Geschäftslage entwickelt. Zu Beginn des ersten Lockdowns konnten viele Ladenbau-Betriebe mit der Produktion von Hygieneschutz-Trennwänden Umsatzaufwände zum Teil auffangen. Wobei neue Kunden hinzugewonnen werden konnten, etwa

öffentliche Einrichtungen wie Schulen, Stadt- und Gemeindeverwaltungen. Mischkonzepte aus Technik, Automotive, Sport und Community mit Erlebnisflächen, bevorzugt in den Innenstädten, eröffnen Innenausbauspezialisten neue Geschäftsfelder. So werden auch verstärkt Büroflächen als Co-Working Spaces mit integrierten Gastrobereichen geplant, um der Belegschaft eine angenehme Arbeitsatmosphäre zu bieten. Laut **EHI Retail Institute** geht die Ladenbau-Branche jedoch davon aus, dass sich die Auftragslage erst im kommenden Jahr wieder bessern wird. [PR](#)

## Werbung: Nachhaltigkeit performt am besten

Der aktuelle Sustainability Report der **Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung (GIK)** beschäftigt sich mit der Rolle von Nachhaltigkeit im Leben und der Werbewirtschaft. Denn spätestens seit 2019 sind mit der Bewegung ‚Fridays for Future‘ die Themen Klimawandel und Nachhaltigkeit in der breiten Bevölkerung angekommen. Die jüngsten Skandale rund um die Verhältnisse in fleischverarbeitenden Betrieben im Zuge der Corona-Pandemie haben Konsument\*innen und Wirtschaft zusätzlich sensibilisiert. Auch die Marketing-Branche setzt auf Nachhaltigkeit. Deshalb ist es nicht verwunderlich, dass im Langzeitvergleich Statements zu sozialem und verantwortlichem Engagement deutlich an Bedeutung gewinnen, zum Beispiel hat sich die Zielgruppe der sogenannten LOHAS (Lifestyle of Health and Susta-

**Helmut Schön (+Team)**

Bäckermeister & Techniker / Personal-Coach & Mediator

**Von Bäcker Für Bäcker**

unabhängig – problemorientiert – praxisnah



[www.baeckereitechnologie.de](http://www.baeckereitechnologie.de)

Tel. +49 (0) 7425 – 327 880

**Personal Coaching:** > Ursachen erforschen  
> Lösungen erarbeiten  
> Strategie entwickeln

**Produktionsberatung:** > Technologische Erneuerungen umsetzen und begleiten

**ERFA-Kreise / Für Praktiker:** Auf Augenhöhe ohne Kennzahlen  
Ein fachliches Netzwerk für Produktion & Verkauf

**Über 35 Jahre Betriebs- und Produktionsberatung**  
**Seit mehr als 13 Jahren „praktische ERFA-Kreis-Arbeit“**

inability) seit 2013 um 27 Prozent erweitert. Die GIK-Studie zeigt, dass den Verbraucherinnen und Verbrauchern beim Kauf zwar nach wie vor die Produktqualität (92,9 Prozent) und ein attraktiver Preis (89,6 Prozent) am wichtigsten sind, aber direkt danach kommen die Vertrauens- (87,1 Prozent) und Glaubwürdigkeit (85,6 Prozent) einer Marke ins Spiel, gefolgt von konkreten Aspekten bei den Produktionsbedingungen. Firmen beziehungsweise Marken, die keine eindeutige nachhaltige Position beziehen, droht von rund zwei Dritteln der Verbraucher\*innen Prestigeverlust oder sogar Boykott.

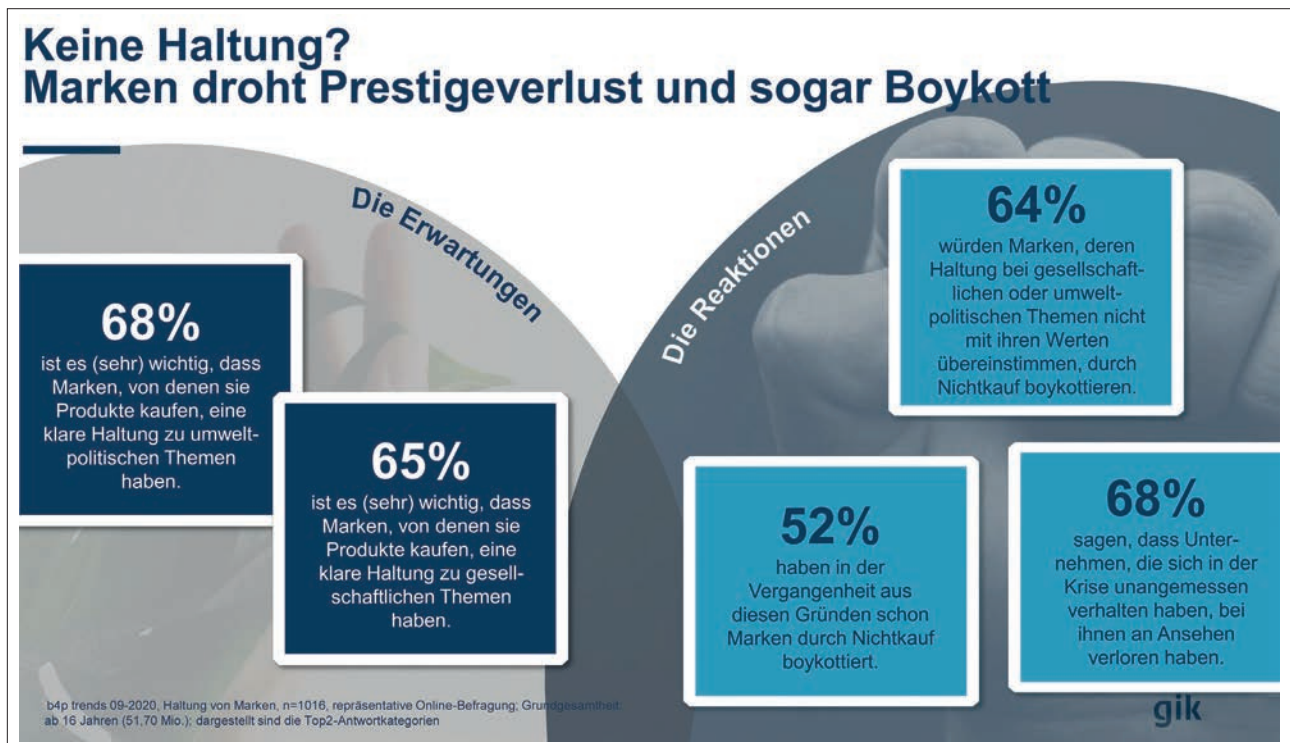
Auch der Biomarkt zeichnet einen deutlichen Aufwärtstrend: 42 Prozent der Bevölkerung geben mittlerweile an, dass sie bei Lebensmitteln auf ein Prüf-, Qualitäts- oder Biosiegel achten. Fast ein Drittel der Bevölkerung (31 Prozent) hat in 2020 ganz gezielt Natur- und Bioprodukte gekauft. Die höchsten Zuwächse mit 36 Prozent im Vergleich zu 2013 verzeichnen die Bio-Backwaren. Ähnlich rasant wachsen die Bio-Frühstückscerealien und die Bio-Fertigprodukte. In diesem Zusammenhang zeigen Media-Analysen, dass Unternehmen beziehungsweise Marken, die mit nachhaltigen Motiven werben, über alle Werbewirkungsindikatoren hinweg besser performen als der Durchschnitt der Werbemotive – insbesondere in Bezug auf Sympa-

thie, Gefallen und Informationscharakter. Auch die Aktivierungsleistung der nachhaltigen Motive ist höher als der Durchschnitt der (teils abverkaufsorientierten) Handelsmotive: 42,8 Prozent gegenüber 38,2 Prozent (detaillierte Infos zur Studie: [www.gik.media/downloads](http://www.gik.media/downloads)). PR

## Feinschmecker zeichnet Biobäckerei Schubert aus

Jedes Jahr wählt die Redaktion des Feinschmecker Magazins die besten Bäcker in Deutschland aus. Bereits zum zweiten Mal wurde die **Biobäckerei Schubert** (acht Filialen) aus Augsburg ausgezeichnet und damit zu einem der besten 500 Bäcker in Deutschland gekürt. Das Urteil der anonymen Tester: „Spaß macht zum Beispiel der Kerndllaib aus Roggenvollkorn mit Sonnenblumenkernen, Leinsamen und Sesam. Beim schön aromatischen Toskanabrot schmeckt man die lange Teigführung.“

Die Bäckerei Schubert verarbeitet überwiegend regionales Getreide und vermahlt das Korn inklusive Keimling für die Vollkornprodukte in der hauseigenen Mühle. So bleiben alle wertvollen Bestandteile des vollen Kornes erhalten: Vitamine, Vitalstoffe, Mineral- und Ballaststoffe. Alte ur-



**Nachhaltigkeit ist unverzichtbar:** Marken, die keine nachhaltige Haltung beziehen droht von rund zwei Dritteln der Verbraucherinnen und Verbraucher Prestigeverlust oder sogar Boykott.



## MELDUNGEN IN EINEM SATZ

**Karlchen's Backstube** zieht Ende September 2021 in eine neue, größere Produktionsstätte (10.000 Quadratmeter) nach Herford • Ab März 2021 bietet **Back Shop Tiefkühl GmbH** ein größeres Sortiment und kooperiert mit den Lieferanten Wolf Butter Back, Boulangerie Argru, Inter Europol und Bäckerei Brinker • Zwei Lieferfahrzeuge der Erntehäuser **Bäckerei Müller** sind abgebrannt – Polizei schließt Brandstiftung nicht aus • Bio-Bäckerei **Kasprowicz** musste Anfang Februar die neue 3.500 Quadratmeter große Backstube in Phäl/Bayern und alle 19 Filialen am Ammersee, Starnberger See sowie im Oberland schließen, da beide **Chefs, Julian** und **Fritz Kasprowicz** sowie 14 von insgesamt 200 Mitarbeiter\*innen positiv auf das mutierte, aggressive Corona-Virus getestet wurden – trotz tadelloser Hygienemaßnahmen • Für das Krisenmanagement während der Pandemie belegt die **Bäckerei Büsch** laut einer Mitarbeiter\*innen-Umfrage des Marktforschungsinstituts **Statista** (Mitte Juni bis Mitte Juli 2020) Rang 312 von insgesamt 1.400 untersuchten Unternehmen verschiedener Branchen – auf Platz Eins **Lindt & Sprüngli Deutschland**; Platz 13 **Dr. Oetker**, Platz 22 **Coppenrath & Wiese** • Fast 740.000 Tonnen Brot/Brötchen, Fein- und Dauerbackwaren wurden im 1. Halbjahr 2020 exportiert – rund ein Viertel waren davon Brot/Brötchen; Hauptabnehmer sind Länder der Europäischen Union exportiert (89,3 Prozent), insbesondere Frankreich, Österreich, Niederlande, Großbritannien und Italien • In einer ehemaligen Kfz-Werkstatt in Homburg/Saarland haben der Zoll sowie das Ordnungs- und Gewerbeamt eine illegal betriebene Bäckerei geschlossen – ohne Gewerbeanmeldung wurden dort über einen unbestimmten Zeitraum Fladenbrote und Sesamstangen produziert • **Haus der Bäcker** hat die **Bäckerei Werning** (38 Filialen, 400 Beschäftigte) aus Neuenkirchen/Münsterland übernommen – es ist der vierte Betrieb der Gruppe neben **Krome's Backstube**/Marienmünster (27 Filialen, 200 Beschäftigte), **Badische Backstub'**/Ettlingen (29 Filialen, 330 Beschäftigte), **Bäckerei Westbomke**/Ostwestfalen (17 Filialen, 140 Beschäftigte) • **Herzberger Bio-Bäckerei** steigerte 2020 Nettoumsatz um 22,6 Prozent auf 16,5 Millionen Euro – geplant: Investitionen (350.000 Euro) in eine Teigauflarbeitungsanlage •

**Dreikornbrot ist Brot des Jahres 2021** Es wird nach den Leitsätzen für Brot aus drei Getreidearten gebacken (in der Regel Weizen, Roggen und Hafer) und schmeckt aromatisch-nussig.



sprüngliche Getreidesorten, wie Dinkel, Einkorn und Emmer und seit kurzem auch Hanf erleben bei Schubert eine Renaissance. Allein das Dinkelsortiment der Biobäckerei umfasst mehr als 50 Produkte. Die Natursauerteige werden täglich mit einer Reifezeit von 24 Stunden aus dem vollen Korn gezogen. Schuberts Sauerteigbrote gelten als besonders mild und gut verträglich.

Erst im August 2020 hat die Biobäckerei Schubert beim Augsburger Hauptbahnhof eine neue Filiale eröffnet, das Motto: „Nächste Haltestelle Paradies“. Neben frischem Brot und feinen Backwaren liegt der Schwerpunkt auf glutenfreien und veganen Alternativen in verschiedenen Variationen. PR

## Kooperation: Aldi Süd sucht Bäckereien

Rund 1.200 der 1.900 Aldi Süd Filialen bieten bereits regionales Backwarensortiment an. Dabei hatte der Discounter erst vor vier Monaten mit dem Konzept „Lecker vom regionalen Bäcker“ gestartet und wird von 40 Backbetrieben aus der jeweiligen Umgebung beliefert. Um das Brot-Konzept so schnell wie möglich auf alle Filialen auszuweiten, sucht das Unternehmen nach weiteren Kooperationspartnern. PR

## Verlustrücktrag wird verdoppelt

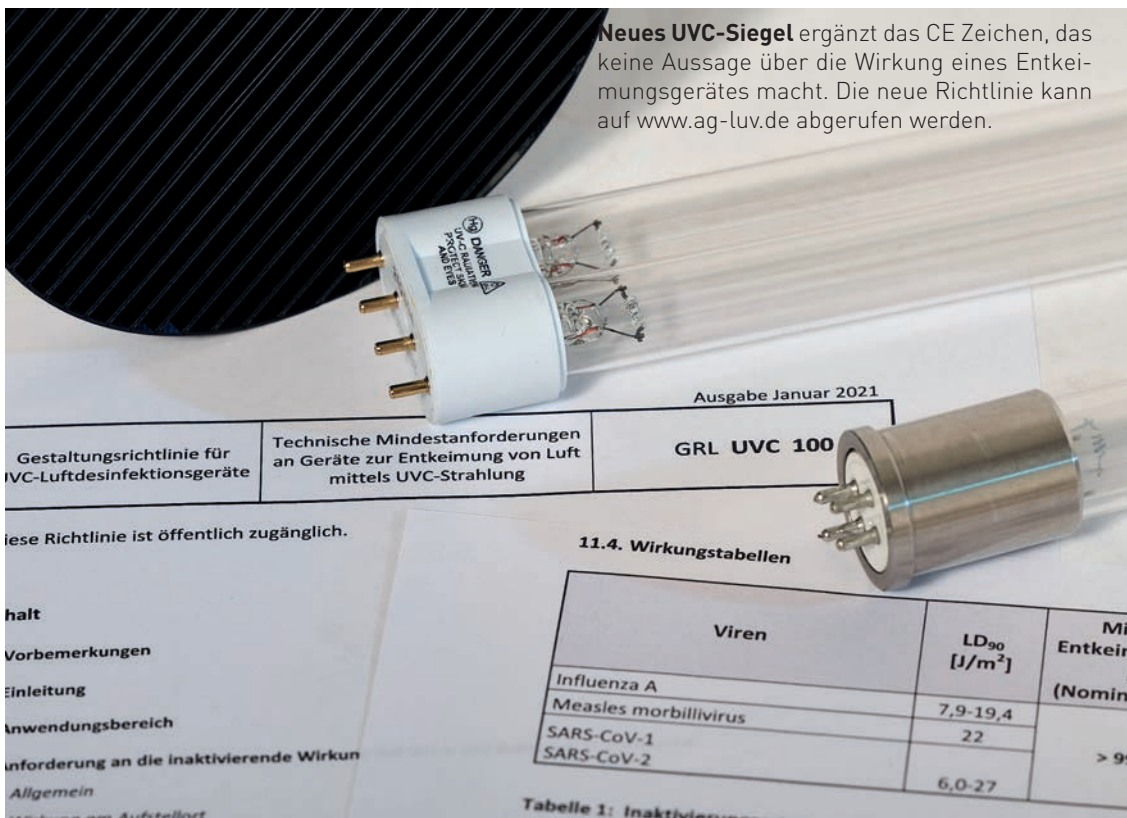
Betriebe, die in den Jahren 2020 und 2021 Verluste machen, können diese in der Steuererklärung 2019 nutzbar machen. Steuervorauszahlungen aus 2019 könnten so erstattet werden. Vorgesehen ist, den Verlustrücktrag auf maximal zehn Millionen Euro, beziehungsweise 20 Millionen bei einer Zusammenveranlagung, anzuheben. Der **Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH)** kritisiert, dass der Rücktragszeitraum nicht verlängert werden soll. **ZDH-Präsident Hans Peter Wollseifer**

fordert, den Zeitraum für die Verlustverrechnung auf mindestens zwei, besser drei Jahre zu verlängern. In der Gastronomie soll zudem der reduzierte Mehrwertsteuersatz von 7,0 Prozent über den 30. Juni 2021 hinaus bis Ende 2022 gelten – aber nur für Speisen, nicht für Getränke, für diese gilt seit Januar wieder der normale Steuersatz von 19,0 Prozent. Auch Bäckercafés und Konditoreien profitieren davon. PR

## Zurück zur Normalität Dank UVC-Richtlinie?

Drei führende deutsche UVC-Hersteller aus dem Rheinland haben erstmals eine längst fällige Richtlinie für Mindeststandards von mobilen Luftentkeimungsgeräten entwickelt, da viele Geräte am Markt nicht immer das leisten, was sie versprechen. Die Richtlinie UVC 100 definiert eindeutig, welche Geräte wirklich Viren und Bakterien zu mindestens 99 Prozent je Durchlauf eliminieren und welche nicht. Es wird konkret die Mindestdosis an UVC-Strahlung und damit die Mindestwirksamkeit gegen Keime geregelt, die Energieeffizienz und Betriebssicherheit. Auch legt UVC 100 Prüfkriterien und -verfahren fest. Somit gibt diese erste Richtlinie UVC-Geräte-Anwendern doppelte Sicherheit – Leistungs-

garantie und Schutz vor Fehlinvestition. Gleichzeitig wurde ein UVC-Siegel kreiert. Dieses Siegel wird vergeben, wenn Geräte mindestens die geforderten Kriterien erfüllen. Das Siegel ergänzt das CE Zeichen, das keine Aussage über die Wirkung eines Gerätes macht. Das gibt vor allem Ordnungs- und Gesundheitsämtern sowie der Politik Handlungssicherheit. In vielen Ländern, wie USA, Kanada, Südkorea, Japan und China konnte insbesondere durch die Nutzung von UVC der öffentliche Raum wieder unter Kontrolle gebracht



werden. Der richtige Einsatz dieser Technik könnte auch in Deutschland ein wichtiger Baustein in Richtung Normalität sein, da sie Bäckereien, Gastronomen und Einzelhändlern eine virusarme Arbeitsumgebung ermöglicht.

Erfolgreich eingesetzt wird diese Entkeimungstechnik in der Industrie bereits seit vielen Jahren. Doch gab es bis heute keine Norm für die technischen Mindest-Eigenschaften. Die neue Richtlinie gibt nun eine mögliche Basis für zukünftige Standards von Organisationen wie DIN, DKE, IEC, VDI, VDMA und ZVEI.

Das **Umweltbundesamt** und das **Ministerium für Arbeit, Gesundheit und Soziales des Landes NRW** (CoronaSchVO § 4b / Fassung vom 25.1.2021) haben zwischenzeitlich den Weg für mobile Luftreiniger geebnet. [PR](#)

## Bio-Boom: Größtes Wachstum im LEH

Laut Bio-Spitzenverband **Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft** (BÖLW) wuchs der Bio-Markt 2020 auf insgesamt 14,99 Milliarden Euro (2019: 12,26 Milliarden Euro) an. Das ist ein Plus von 22 Prozent gegenüber 2019. Verkaufshits: Bio-Fleisch, -Mehl, -Obst- und -Gemüse mit Zuwächsen zwischen 25 Prozent (Obst) und 70 Prozent (Geflügel). Bio-Lebensmittel legten ungefähr doppelt so stark zu wie der Lebensmittelmarkt insgesamt. Der Bio-Anteil am gesamten Lebensmittelmarkt erhöhte sich 2020 auf 6,4 Prozent. [PR](#)

### TOP 10 BIO-SUPERMÄRKTE (ANZAHL DER FILIALEN)



Seit Jahren wächst der deutsche Bio-Markt: Im Jahr 2020 gaben die Konsument\*innen 22 Prozent mehr Geld für Bio-Lebensmittel aus, insgesamt 14,99 Milliarden Euro (2019: 12,26 Mrd. Euro). Zu den umsatzstärksten Bio-Supermarktketten zählen Denns Biomarkt (301 Filialen, zum Vergleich: 2011 waren es 250 Standorte), Super Natur Markt von Alnatura (137, 2011: 59) und Bio Company (61, 2011: 19). Quelle: EHI-Retail Institute

## Edeka-Südwest stößt Filialen bis 2023 ab

**Edeka-Südwest** will nicht nur das traditionsreiche **Bäckerhaus Ecker** (1949 gegründet, 56 Filialen, 460 Beschäftigte) schrittweise veräußern, sondern auch bis 2023 die Filialen der Tochtergesellschaft **K&U Bäckerei GmbH**. Viele der Filialen befinden sich in der Vorkassenzone der Edeka-Märkte und sollen den jeweiligen Marktinhabern zur Übernahme angeboten werden.

Deshalb sorgt sich die **Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten** (NGG) um die Beschäftigten und rief Ende Februar in mehreren Städten, darunter Bexbach, Mannheim und Reutlingen, zu Protestkundgebungen auf. Allein in Mannheim war rund 250 Menschen dem Aufruf gefolgt. Laut NGG drohe eine Verschlechterung der Arbeitsbedingungen, da viele Einzelhändler nicht tarifgebunden seien und keinen Betriebsrat hätten. Auch für den Produktionsbetrieb **Bäckbub**, ein Edeka-Tochterunternehmen, befürchtet die NGG negative Auswirkungen und sieht Parallelen zur Edeka-Tochtergesellschaft **Schäfer Brot**, die vor acht Jahren abgewickelt wurde. [PR](#)



# STRATEGIEN gegen die CO<sub>2</sub>-(S)TEUER

**Die seit Januar fällige CO<sub>2</sub>-Steuer bedeutet für viele Bäckereien bereits im ersten Jahr tausende Euro Mehrkosten. Betriebe, die noch nicht klimaneutral produzieren, sollten dringend handeln. Energie einsparen und Emissionen senken sollte jetzt zur Prio Eins auf der Agenda werden. Denn die Abgabe in den kommenden fünf Jahren steigt kontinuierlich.**

**D**ie Corona-Pandemie und ihre wirtschaftlichen Auswirkungen scheint derzeit wie eine dumpfe Wolke alle betriebswirtschaftliche Unternehmungen zu überlagern. Bäckereien haben derzeit oft andere wichtige Themen als den in Kraft getretenen CO<sub>2</sub>-Preis. Dabei belastet dieser die energieintensive Branche besonders stark und kann schon im ersten Jahr zu durchschnitt-

lichen Mehrkosten im fünfstelligen Eurobereich führen. Die gesetzliche Grundlage des CO<sub>2</sub>-Preises bildet das im Herbst 2019 verabschiedete und Ende letzten Jahres noch einmal geänderte Brennstoffemissionshandlungsgesetz (BEHG). Es regelt die Bepreisung fossiler Brennstoffe im Rahmen des Emissionshandelssystems der Europäischen Union (EU-ETS) und verlangt von den Energieliefer-